

## PELATIHAN DIGITAL MARKETING UNTUK MENINGKATKAN KOMPETENSI GURU DAN SANTRIPRENEUR MENGHADAPI INDUSTRI ERA 4.0

Antika Zahrotul Kamalia<sup>1\*</sup>, Hemdani Rahendra Herlianto<sup>2</sup>, Wiyarno<sup>3</sup>

<sup>1,2</sup>Teknik Informatika, Universitas Pelita Bangsa, Indonesia

<sup>3</sup>Bisnis Digital, Universitas Pelita Bangsa, Indonesia

[antika.kamalia@pelitabangsa.ac.id](mailto:antika.kamalia@pelitabangsa.ac.id)

### ABSTRAK

**Abstrak:** Di era Revolusi Industri 4.0, adaptasi teknologi digital sangat penting, terutama di sektor pendidikan dan kewirausahaan. Pelatihan digital marketing dalam program pengabdian masyarakat pemula bagi guru dan santripreneur di Pondok Pesantren Riyadlul Jannah Cikarang bertujuan meningkatkan kompetensi mereka dalam pemasaran digital, serta mengasah soft skill seperti kreativitas dan komunikasi digital, serta hard skill seperti strategi pemasaran online dan penggunaan platform digital. Pelatihan ini diikuti oleh 141 peserta, terdiri dari 130 santri dan 11 guru, menggunakan metode ceramah dan praktik. Evaluasi dilakukan melalui kuis dan diskusi. Situs web yang dikembangkan selama pelatihan terbukti efektif sebagai platform promosi. Hasil menunjukkan peningkatan 80% dalam pengetahuan dan keahlian digital marketing mencapai 75%, serta kepercayaan diri tinggi dalam penerapan teknik yang dipelajari. Program ini merekomendasikan pelatihan digital marketing lanjutan, peningkatan konten, dan pemeliharaan situs web untuk manfaat berkelanjutan.

**Kata Kunci:** Digital Marketing; Santripreneur; Website; Industri Era 4.0.

**Abstract:** In the era of the Fourth Industrial Revolution, adapting to digital technology is crucial, especially in the education and entrepreneurship sectors. The digital marketing training in the beginner community service program for teachers and santripreneurs at Pondok Pesantren Riyadlul Jannah Cikarang aims to enhance their competencies in digital marketing, while also honing soft skills such as creativity and digital communication, and hard skills such as online marketing strategies and the use of digital platforms. This training was attended by 141 participants, consisting of 130 students and 11 teachers, using both lectures and practical methods. Evaluation was conducted through quizzes and discussions. The website developed during the training proved effective as a promotional platform. The results showed an 80% increase in digital marketing knowledge and expertise, reaching 75%, along with high confidence in applying the learned techniques. The program recommends further digital marketing training, content improvement, and website maintenance to ensure long-term benefits.

**Keywords:** Digital Marketing; Santripreneur; Website; Industrial Revolution 4.0.



#### Article History:

Received: 17-09-2024

Revised : 23-10-2024

Accepted: 28-10-2024

Online : 04-12-2024



This is an open access article under the  
CC-BY-SA license

## A. LATAR BELAKANG

Era Industri 4.0 memerlukan inovasi dalam pendidikan dan tenaga kerja melalui teknologi digital. Konsep santripreneur yang menggabungkan nilai Islam dengan kewirausahaan, penting untuk mempersiapkan individu menghadapi perubahan ini. Pesantren kini semakin berbenah dan semakin mengikuti perkembangan jaman (Shofiyuddin et al., 2024). Pelatihan pemasaran digital di pesantren bertujuan membentuk santripreneur yang mengintegrasikan pengetahuan agama dengan keterampilan digital serta memberikan keterampilan hidup yang relevan (Sudarso et al., 2020).

Menurut INPRES No. 4 Tahun 1995, kewirausahaan merupakan semangat, sikap, perilaku, dan kemampuan individu dalam menangani bisnis dengan mencari, menciptakan, dan menerapkan inovasi untuk meningkatkan efisiensi, layanan, dan keuntungan (Candra et al., 2021). Situs web menjadi alat atau elemen penting dalam strategi pemasaran digital. Kemajuan teknologi yang pesat merupakan faktor kunci dalam penciptaan dunia virtual yang dikenal sebagai Internet (Abdurrahman et al., 2020). Di Internet, situs web atau halaman web, yang secara kolektif dikenal sebagai *World Wide Web* (www) yaitu kumpulan halaman web yang berbeda, sebagian besar merupakan bagian dari domain atau subdomain yang berisi informasi yang bervariasi (Suprayogi et al., 2022). Pengguna komputer atau smartphone dapat mengakses berbagai domain atau situs web di Internet selama santri dan guru terhubung ke jaringan tersebut (Megasari & Durbin Hutagalung, 2023).

Pondok Pesantren Riyadlul Jannah di Cikarang berencana meningkatkan kehadiran digitalnya untuk penerimaan santri baru dan pemasaran. Dengan kemajuan teknologi, pesantren ini memulai upaya pemasaran melalui media sosial, khususnya Facebook. Pimpinan pesantren, Bapak KH. Abdul Hakam Makki, mengungkapkan kebutuhan akan pelatihan pemasaran digital dan pengembangan situs web sebagai platform informasi dan pendaftaran santri, serta untuk meningkatkan kompetensi guru dan santripreneur karena pemahaman santri dan guru mengenai teknologi digital masih rendah.

Pesantren ini bertujuan menyediakan pembelajaran agama dan sekuler, termasuk ilmu pengetahuan, teknologi, dan kewirausahaan. Untuk mencapai tujuan tersebut penting untuk meningkatkan minat santri, memperluas pola pikir santri dan guru tentang kewirausahaan melalui pemasaran digital di era Industri 4.0, yang dapat meningkatkan kesejahteraan ekonomi santri dan guru (Hadayani et al., 2020). Salah satu solusi untuk mengatasi tantangan yang dihadapi santri adalah dengan memberikan pelatihan pemasaran digital (Yusri, 2020). Di era digital saat ini, pemasaran digital sangat penting untuk kesuksesan bisnis karena teknologi informasi dan internet memainkan peran signifikan dalam memasarkan produk dan layanan (Islami & Fitria, 2019).

Pemasaran digital dapat meningkatkan kompeten siswa berwirausaha mencakup berbagai teknik seperti SEO, SEM, pemasaran media sosial, pemasaran email, dan lainnya (Sari et al., 2022). Namun, banyak praktisi bisnis yang belum menguasai teknik pemasaran digital ini secara efektif. Oleh karena itu, pelatihan pemasaran digital sangat penting untuk meningkatkan daya saing dan memastikan keberlanjutan bisnis (ZA et al., 2023) dan dapat mengembangkan pola pikir kewirausahaan (Adinugraha et al., 2022).

Pelatihan teknologi pemasaran digital bertujuan meningkatkan kompetensi guru dalam menggunakan teknologi untuk pendidikan interaktif yang berdampak cukup baik terhadap para santri di pondok pesantren (Afriyanti & Junaidi, 2022). Kegiatan ini mendapatkan pengetahuan mengenai pentingnya melakukan strategi bisnis (Nurhayati et al., 2023). Sehingga pelatihan digital marketing ini dilaksanakan untuk memberikan dampak pengembangan keterampilan santri dan guru dalam bisnis digital dan pengembangan situs web, membantu berkolaborasi dan memanfaatkan peluang di era Industri 4.0.

## **B. METODE PELAKSANAAN**

Pondok Pesantren Riyadlul Jannah Cikarang merupakan lembaga pendidikan Islam yang menaungi jenjang pendidikan SD, MTs, dan SMA Terpadu (SMAT). Dengan total 311 siswa yang tersebar di ketiga jenjang tersebut, pesantren ini berkomitmen untuk memberikan pendidikan holistik yang mengintegrasikan ilmu agama dan ilmu umum. Dilengkapi dengan 15 tenaga pengajar yang kompeten, Pondok Pesantren Riyadlul Jannah berfokus pada pembentukan karakter santri yang berakhlak mulia, berpengetahuan luas, dan siap menghadapi tantangan era modern. Melalui pendekatan pendidikan yang menyeluruh, pesantren ini mendukung pengembangan potensi siswa dalam berbagai bidang, termasuk ilmu pengetahuan, keterampilan teknologi, dan kewirausahaan berbasis nilai-nilai Islam.

Metode yang digunakan dalam pelatihan digital marketing di Pondok Pesantren Riyadlul Jannah Cikarang yaitu menggunakan metode kombinasi ceramah dan praktek untuk memberikan pemahaman yang mendalam dan aplikatif bagi para peserta. Metode ceramah digunakan untuk menyampaikan konsep dasar digital marketing, seperti strategi pemasaran online, penggunaan media sosial, dan pemanfaatan platform digital untuk bisnis. Setelah pemahaman teori, peserta langsung diarahkan ke sesi praktek, di mana mereka diajarkan cara membuat konten pemasaran, mengelola kampanye digital, serta menganalisis data dari platform online. Pendekatan ini dirancang agar peserta, baik guru maupun santri, dapat langsung menerapkan ilmu yang dipelajari untuk memaksimalkan potensi berwirausaha dengan teknologi digital. Dalam pelatihan Pemanfaatan Teknologi Digital Marketing di Pondok Pesantren Riyadlul Jannah Cikarang,

terdapat tiga tahapan penting yaitu Pra, Pelaksanaan, dan Evaluasi. Setiap tahapan memiliki peran dan kegiatan spesifik untuk memastikan pelatihan berjalan secara efektif dan mencapai tujuan yang diinginkan.

### **1. Tahap Pra-Pelatihan**

Tahap ini berfokus pada persiapan sebelum pelatihan dimulai dengan beberapa kegiatan utama yang mendukung kelancaran pelatihan. Pertama, dilakukan identifikasi kebutuhan peserta melalui survei awal atau wawancara dengan pimpinan pondok pesantren, guru dan santri untuk mengetahui pemahaman mereka terkait digital marketing dan kebutuhan khusus yang harus dipenuhi. Berdasarkan hasil tersebut, penyusunan materi dilakukan untuk menyesuaikan dengan kebutuhan peserta, baik dalam bentuk modul teori maupun praktek oleh instruktur yang kompeten. Selanjutnya, persiapan teknis dilakukan dengan menyiapkan fasilitas seperti ruang pelatihan, perangkat komputer, akses internet, serta alat bantu lainnya seperti proyektor dan software yang akan digunakan. Terakhir, briefing awal diberikan kepada peserta untuk menjelaskan jadwal, tujuan pelatihan, dan gambaran umum mengenai kegiatan yang akan dilaksanakan.

### **2. Tahap Pelaksanaan**

Pada tahap ini, kegiatan inti pelatihan dilaksanakan dengan dua metode utama, yaitu ceramah dan praktik langsung. Dalam ceramah dan presentasi, instruktur menyampaikan konsep dasar serta strategi digital marketing melalui pendekatan interaktif, membahas topik seperti periklanan online, SEO, media sosial, dan pembuatan konten digital. Setelah itu, peserta langsung mempraktikkan materi yang telah diajarkan, termasuk membuat akun bisnis di media sosial, merancang strategi konten, serta menggunakan alat digital marketing seperti Media Sosial, Website, Google Ads dan Facebook Ads. Sesi praktik ini diawasi dan dibimbing oleh instruktur untuk memastikan setiap peserta memahami dan mampu mengaplikasikan proses yang diajarkan dengan benar.

### **3. Tahap Evaluasi**

Tahapan evaluasi pelatihan Digital Marketing melalui wawancara dan observasi dimulai dengan **\*\*persiapan\*\***, di mana kriteria evaluasi disusun berdasarkan tujuan pelatihan, seperti pemahaman konsep, keterampilan teknis, dan kemampuan aplikasi. Pada tahap **\*\*observasi\*\***, instruktur mengamati peserta selama sesi praktek untuk menilai bagaimana mereka menerapkan strategi digital marketing yang diajarkan, termasuk penggunaan alat seperti media sosial dan platform iklan digital. Setelah itu, dilakukan wawancara dengan beberapa peserta untuk menggali umpan balik terkait pengalaman mereka selama pelatihan, perubahan pemahaman, serta manfaat yang dirasakan terhadap peningkatan keterampilan mereka. Hasil dari kedua metode ini dianalisis untuk menilai efektivitas pelatihan dan menentukan area yang perlu ditingkatkan.

### C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil dari pra pelaksanaan pengabdian ini yaitu mengidentifikasi kebutuhan peserta dilakukan melalui survei dan wawancara awal. Hasilnya menunjukkan bahwa sebagian besar peserta, baik guru maupun santri, memiliki pemahaman dasar mengenai teknologi namun belum menguasai aspek digital marketing secara spesifik. Berdasarkan temuan ini, materi pelatihan disusun dengan fokus pada topik dasar, seperti pembuatan konten digital, manajemen media sosial, dan penggunaan platform iklan online. Persiapan teknis berjalan lancar, dengan fasilitas dan alat yang mendukung pelaksanaan pelatihan secara optimal. Pelatihan di digital marketing ini diikuti oleh total 141 peserta, termasuk 130 santri dari MTs dan SMAT, serta 11 guru, masing-masing memainkan peran penting dalam pembelajaran dan penerapan teknologi pemasaran digital. Diskusi ini akan menguraikan implikasi partisipasi santri terhadap keberhasilan pelatihan, serta dampak dan efisiensi program tersebut, seperti terlihat pada Gambar 1.



**Gambar 1.** Pelatihan Digital Marketing

Selama tahap pelaksanaan, metode ceramah dan praktik langsung berjalan efektif. Peserta menunjukkan antusiasme dalam memahami konsep digital marketing, seperti SEO, periklanan online, dan strategi konten. Pada sesi praktik, peserta berhasil membuat akun bisnis di media sosial dan merancang kampanye digital sederhana. Instruktur juga mengamati adanya peningkatan keterampilan teknis peserta dalam menggunakan alat digital marketing seperti Media Sosial, Website, Google Ads dan Facebook Ads. Keterlibatan aktif peserta selama sesi interaktif dan praktik menunjukkan pemahaman yang baik terhadap materi yang diajarkan.

Keterlibatan guru membantu mengintegrasikan materi pelatihan ke dalam pengajaran dan meningkatkan kompetensi santri dan guru dalam pemasaran digital. Guru yang terampil dalam teknologi dapat memberikan bimbingan yang lebih efektif dan mendukung pengembangan kewirausahaan santri dengan cara yang lebih terstruktur (Putri et al., 2023). Integrasi ini berkontribusi pada terciptanya lingkungan pembelajaran yang lebih dinamis yang sesuai dengan kebutuhan industri saat ini, memastikan bahwa santri menerima pendidikan yang mutakhir dengan kemajuan teknologi terbaru.

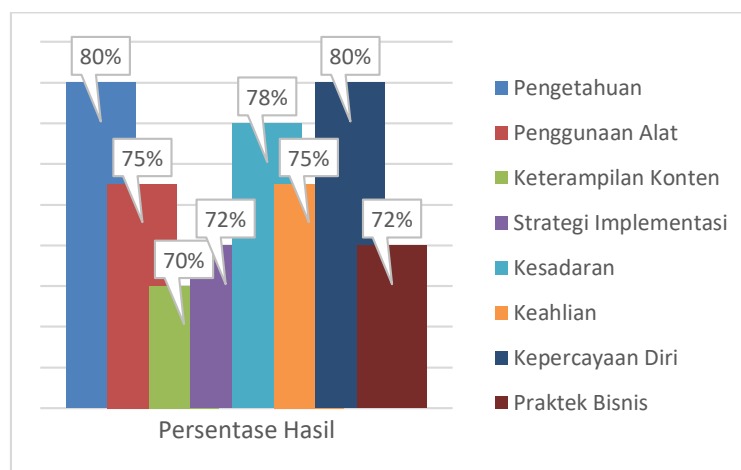
Hasil evaluasi dari observasi menunjukkan bahwa mayoritas peserta mampu mengaplikasikan keterampilan digital marketing secara mandiri, dengan sedikit bimbingan instruktur. Wawancara yang dilakukan setelah pelatihan mengungkapkan bahwa peserta merasa lebih percaya diri dalam memanfaatkan teknologi digital untuk kebutuhan wirausaha dan pengajaran. Secara keseluruhan, pelatihan ini berhasil mencapai tujuannya, yaitu meningkatkan kompetensi peserta dalam bidang digital marketing, khususnya dalam kontekstualisasi pendidikan dan kewirausahaan di lingkungan pesantren. Target pencapaian output, indikator pencapaian, dan cara mengukurnya untuk pelatihan penggunaan teknologi pemasaran digital di Pondok Pesantren Riyadlul Jannah Cikarang. Tabel ini fokus pada peningkatan kompetensi guru dan santripreneur dalam kewirausahaan di Era Revolusi Industri 4.0, seperti terlihat pada tabel 1.

**Tabel 1. Target Capaian**

No.	Target Penyelesaian Luaran	Indikator Capaian	Cara Pengukuran
1	Peningkatan Pengetahuan Tentang Digital Marketing	80% santri dan guru pelatihan menunjukkan peningkatan pemahaman tentang digital marketing	- Kuesioner pre-test dan post-test - Evaluasi hasil tes dari modul pelatihan
2	Peningkatan Kemampuan Penggunaan Alat Digital Marketing	70% santri dan guru mampu menggunakan alat digital marketing seperti Google Ads, Facebook Ads, dan SEO secara efektif	- Evaluasi praktikum penggunaan alat digital marketing - Penilaian proyek praktikum
3	Peningkatan Kemampuan dalam Pembuatan Konten Digital yang Menarik	75% santri dan guru dapat membuat konten digital (gambar, video, artikel) yang menarik dan sesuai dengan standar	- Penilaian hasil pembuatan konten selama pelatihan - Umpan balik dari mentor dan peer review
4	Implementasi Strategi Digital Marketing pada Proyek Usaha	70% santri dan guru menerapkan strategi digital marketing dalam proyek usaha santri dan guru dan mencapai target pemasaran	- Review laporan implementasi proyek - Analisis hasil kampanye pemasaran (misalnya, peningkatan trafik, konversi)
5	Peningkatan Kesadaran dan Visibilitas Online untuk Usaha Santri	70% usaha santri dan guru mengalami peningkatan visibilitas online (misalnya, peningkatan pengikut media sosial, trafik website)	- Analisis data statistik media sosial dan website - Survei kepuasan pelanggan dan audiens
6	Peningkatan Keterampilan dalam	75% santri dan guru dapat menganalisis dan	- Tes evaluasi keterampilan

No.	Target Penyelesaian Luaran	Indikator Capaian	Cara Pengukuran
	Analisis dan Evaluasi Kampanye Digital	mengevaluasi hasil kampanye digital marketing secara efektif	analisis data - Penilaian laporan analisis kampanye digital
7	Peningkatan Kepercayaan Diri dalam Mengelola Strategi Digital Marketing	80% santri dan guru merasa lebih percaya diri dalam mengelola dan menjalankan strategi digital marketing	- Survei kepuasan santri dan penilaian diri - Diskusi kelompok dan sesi umpan balik
8	Pembuatan Rencana Bisnis Digital Marketing yang Komprehensif	70% santri dan guru menyusun rencana bisnis digital marketing yang komprehensif dan terintegrasi dengan strategi usaha santri dan guru	- Penilaian rencana bisnis digital marketing - Umpan balik dari mentor dan peer review

Tabel 1 memberikan panduan yang jelas dan terukur mengenai evaluasi target hasil pelatihan, indikator pencapaian, serta metode untuk mengevaluasi keberhasilan program dalam meningkatkan kompetensi guru dan santripreneur di Pondok Pesantren Riyadlul Jannah. Dengan mencapai target-target ini, pelatihan diharapkan dapat secara signifikan meningkatkan keterampilan dan kemampuan peserta dalam menghadapi tantangan dan peluang di era Revolusi Industri 4.0. Pelatihan Teknologi Pemasaran Digital di Pondok Pesantren Riyadlul Jannah Cikarang bertujuan untuk meningkatkan kompetensi guru dan santripreneur dalam kewirausahaan di era Industri 4.0. Hasil pelatihan diukur berdasarkan beberapa indikator utama, termasuk pengetahuan, penggunaan alat digital, keterampilan konten, strategi implementasi, kesadaran, keahlian, kepercayaan diri, dan praktik bisnis. Berikut adalah hasil untuk masing-masing indikator, seperti terlihat pada Gambar 2.



**Gambar 2.** Target Capaian PMP

Semua indikator pencapaian untuk santri dan guru telah memenuhi target. Tingkat pengetahuan tentang pemasaran digital mencapai 80%, dengan kemampuan penggunaan alat digital seperti Google Ads dan Facebook Ads mencapai 75%. Pembuatan dan pengelolaan konten mencapai 70%, sementara implementasi strategi digital mencapai 72%, dan kesadaran tentang pentingnya pemasaran digital dalam kewirausahaan 78%. Keterampilan praktis dan kepercayaan diri santri dan guru masing-masing berada di 75% dan 80%. Pelatihan ini juga mencakup alat pemasaran digital seperti Media Sosial, Website, Google Ads dan Facebook Ads .

Situs web memungkinkan santri membuat platform online untuk memamerkan produk atau layanan santri dan guru secara profesional. Dengan situs web, santri dapat menyusun konten relevan seperti deskripsi produk, harga, galeri foto, dan informasi kontak, serta menjangkau audiens yang lebih luas tanpa batasan geografis. Situs web juga memungkinkan penerapan berbagai strategi pemasaran digital, seperti SEO dan pemasaran konten, serta pelacakan pengunjung menggunakan alat analitik untuk memahami perilaku santri dan guru dan menyesuaikan strategi pemasaran (Bangun & Purnama, 2022). Penggunaan aplikasi digital ini membantu santri mengelola bisnis dengan lebih efisien dan membuat keputusan yang lebih informasi, memperkuat dasar santri dan guru sebagai pengusaha digital yang sukses (Bungai et al., 2024).

Pelatihan teknologi pemasaran digital yang dilakukan di Pondok Pesantren Riyadlul Jannah Cikarang memberikan dampak signifikan, terutama melalui peluncuran situs web baru pesantren yang dapat diakses di [www.riyadluljannah.sch.id](http://www.riyadluljannah.sch.id). Situs web ini meningkatkan visibilitas dan keterlibatan pesantren secara digital dengan menampilkan program, aktivitas, dan pencapaian santri dan guru. Dirancang informatif dan interaktif, situs ini menarik perhatian komunitas yang lebih luas. Pelatihan yang diterima santri dan guru dalam pemasaran digital, seperti manajemen situs, pembuatan konten, dan strategi promosi, memungkinkan pengelolaan situs yang efisien.

Integrasi alat digital diharapkan memperlancar penerimaan santri, memperbaiki komunikasi dengan komunitas, dan mempermodernisasi pengelolaan serta promosi aktivitas pesantren. Pelatihan ini juga meningkatkan kompetensi pendidik pesantren dalam menggunakan teknologi pemasaran digital, mendukung peran santri dan guru dalam mengajar dan membimbing santri, serta memberdayakan santri dan guru untuk memimpin inisiatif digital di dalam pesantren (Harini et al., 2023). Keberhasilan peluncuran situs web menegaskan efektivitas program dalam meningkatkan kompetensi digital dan menunjukkan potensi layanan masyarakat untuk kemajuan pendidikan (Lukman Nuzul Hakim, 2022). Program ini menyoroti pentingnya mempertimbangkan karakteristik pasar, kebutuhan, media sosial, keamanan data, dan kualitas pendidik dalam merumuskan strategi pemasaran di era digital (Karim et al., 2022).



#### D. SIMPULAN DAN SARAN

Program pengabdian masyarakat pemula di Pondok Pesantren Riyadlul Jannah Cikarang berhasil meningkatkan pengetahuan mencapai 80% dan keahlian santri serta guru dalam pemasaran digital mencapai 75%. Peluncuran situs web pesantren yang baru juga merupakan pencapaian penting, berfungsi sebagai platform promosi dan informasi. Kompetensi guru meningkat, memperbaiki pengajaran dan pembimbingan dalam teknologi dan pemasaran digital. Santri menunjukkan peningkatan kepercayaan diri dalam menerapkan keterampilan yang dipelajari. Disarankan untuk melakukan pelatihan lanjutan, meningkatkan kualitas konten, dan melakukan pemeliharaan rutin pada situs web untuk manfaat jangka panjang.

#### UCAPAN TERIMA KASIH

Peneliti mengucapkan terima kasih kepada Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi (Kemdikbudristek) yang telah mendanai program ini melalui hibah BIMA pengabdian masyarakat pemula, serta Direktorat Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (DPPM) Universitas Pelita Bangsa dan Pondok Pesantren Riyadlul Jannah Cikarang atas dukungan yang diberikan untuk menyelesaikan program ini.

#### DAFTAR RUJUKAN

- Abdurrahman, G., Oktavianto, H., Habibie, E. Y., & Hadiyatullah, A. W. (2020). Pelatihan Digital Marketing Pada UMKM Sebagai Penunjang Kegiatan Promosi Dan Pemasaran. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Manage*, 1(2), 88–92. <https://doi.org/10.32528/jpmm.v1i2.3981>
- Adinugraha, H. H., Supriyanto, E., & Effendi, B. (2022). Pendampingan Peningkatan Kemampuan Kewirausahaan Bagi Santri Pondok Pesantren Bustanul Mansuriyah. *Jumat Keagamaan: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(1), 1–4. [https://doi.org/10.32764/abdimas\\_agama.v3i1.2091](https://doi.org/10.32764/abdimas_agama.v3i1.2091)
- Afriyanti, L., & Junaidi, K. (2022). ... Pengenalan Literasi Digital untuk Pengembangan Santripreneur Sebagai Penggerak Ekonomi Kreatif di Pondok Pesantren: Digital Literacy Accompanied For .... *SENTIMAS: Seminar Nasional Penelitian Dan ...*, 495–500. <https://journal.irpi.or.id/index.php/sentimas/article/view/215%0Ahttps://journal.irpi.or.id/index.php/sentimas/article/download/215/184>
- Bangun, C. S., & Purnama, S. (2022). Optimalisasi Pemanfaatan Digital Marketing untuk UMKM (Usaha Mikro, Kecil dan Menengah). *ADI Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(2), 89–98. <https://doi.org/10.34306/adimas.v3i2.826>
- Bungai, J., Perdana, I., Supriyadi, S., & Pancawati, R. (2024). Edukasi kewirausahaan berbasis digital melalui pelatihan dan pendampingan bagi siswa tingkat Sekolah Menengah Atas. *SELAPARANG: Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan*, 8(2), 1497–1506.
- Candra, A. I., Hendy, H., Pratikto, H., Gunarto, A., & Sumargono, S. (2021). Digital Marketing untuk Kewirausahaan Pesantren di Masa Pandemi COVID-19. *Wikrama Parahita: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 5(1), 1–6. <https://doi.org/10.30656/jpmwp.v5i1.2586>
- Hadayani, D. O., Delinah, & Nurlina. (2020). Membangun Karakter Siswa Melalui Literasi Digital Dalam Menghadapi Pendidikan Abad 21 (Revolusi Industri

- 4.0). *Prosiding Seminar Nasional Pendidikan Program Pascasarjana Universitas PGRI Palembang*, 21, 999–1015.
- Harini, H., Wahyuningtyas, D. P., Sutrisno, S., Wanof, M. I., & Ausat, A. M. A. (2023). Marketing Strategy for Early Childhood Education (ECE) Schools in the Digital Age. *Jurnal Obsesi: Jurnal Pendidikan Anak Usia Dini*, 7(3), 2742–2758. <https://doi.org/10.31004/obsesi.v7i3.4454>
- Irby, B. J., Lynch, J., Boswell, J., & Hewitt, K. K. (2017). Mentoring as professional development. *Mentoring and Tutoring: Partnership in Learning*, 25(1), 1–4. <https://doi.org/10.1080/13611267.2017.1312895>
- Islami, N. N., & Fitria, F. L. (2019). Pelatihan Strategi Digital Marketing Untuk Meningkatkan Kemampuan Softskill Dan Hardskill Bidang Keahlian Pemasaran Pada Siswa Jurusan Pemasaran Smk Nuris Hidayat Desa Curahnongko, Kec. Tempurejo Kab. Jember. *JURNAL PENDIDIKAN EKONOMI: Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan, Ilmu Ekonomi Dan Ilmu Sosial*, 13(2), 34. <https://doi.org/10.19184/jpe.v13i2.13854>
- Karim, A., Nasution, M. B. K., & Suryadi, S. (2022). Pelatihan Digital Marketing dalam Meningkatkan Kompetensi Siswa SMK Negeri 1 Rantauprapat. *Journal of Social Responsibility Projects by Higher Education Forum*, 3(2), 115–119. <https://doi.org/10.47065/jrespro.v3i2.2759>
- Lukman Nuzul Hakim. (2022). Pelatihan Membuat Website Digital Marketing Dengan Google Site Untuk Meningkatkan Kompetensi Keahlian Dikalangan Mahasiswa. *KOMUNITA: Jurnal Pengabdian Dan Pemberdayaan Masyarakat*, 1(2), 69–73. <https://doi.org/10.60004/komunita.v1i2.23>
- Megasari, D., & Durbin Hutagalung, D. (2023). Masyarakat Pengenalan Digital Marketing Kepada Santri Pesantren Tahfidz Quran As-Sholah Gunung Sindur Bogor. *AMMA: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(5), 437–442. <https://survei.apjii.or.id/>,
- Nurhayati, A., Widiastuti, R. M., & ... (2023). Pelatihan Business Model Canvas Bagi Santripreneur Di Bojongsoang Kabupaten Bandung. *DIMASTEK (Jurnal ...)*, 3(1), 27–33. [http://dimastek.sttbandung.ac.id/index.php/dimastekjurnal\\_sttb/article/view/34%0Ahttps://dimastek.sttbandung.ac.id/index.php/dimastekjurnal\\_sttb/article/download/34/25](http://dimastek.sttbandung.ac.id/index.php/dimastekjurnal_sttb/article/view/34%0Ahttps://dimastek.sttbandung.ac.id/index.php/dimastekjurnal_sttb/article/download/34/25)
- Putri, A. D., Kuswoyo, H., Gulo, I., Ngestirosa, E., & Febrina, E. G. (2023). Pengenalan Wawasan Digital Marketing Bagi Guru SMK N 1 Labuhan Maringgai, Lampung Timur. *Journal of Social Sciences and Technology for Community Service*, 4(1), 147–153.
- Sari, D., Dewi, A. S., Safitri, M., Rozi, M. F., Iman, M., & Pradana, K. C. (2022). Peningkatan Kompetensi Siswa dalam Berwirausaha di Era Society 5.0 Melalui Penyuluhan Digital Marketing dan Fintech di SMKN 1 Tegineneng. *I-Com: Indonesian Community Journal*, 2(3), 695–703. <https://doi.org/10.33379/icom.v2i3.1907>
- Shofiyuddin, M., Zamroni, M. A., Warti'ah, & Maknuun, L. L. II. (2024). Strategi Pengasuh Pondok Pesantren dalam Pengembangan Ekonomi Mandiri Santripreneur. *Andragogi: Jurnal Pendidikan Dan Pembelajaran*, 3(1), 44–61. <https://doi.org/10.31538/adrg.v3i1.1286>
- Sudarso, Y., , Doddy Setyadi, M. Nahar, Rif 'ah Dwi Astuti, Saptianing, Rr. Ririn BU, Rustono, E. D., & \*. (2020). Pelatihan Kewirausahaan Bisnis Online Pada Pondok Pesantren Mahasiswabaitul Muiz Pedalangan Semarang. *Inovasi Dan Komersialisasi Riset Terapan Berbasis Kebutuhan Masyarakat Dan Industri*, 699–704. <https://jurnal.polines.ac.id/index.php/Sentrikom/issue/view/318>
- Suprayogi, S., Permatasari, B., Puspita, D., Prasetyo, L., & Ahmad, S. (2022). Every word matters: membangun school branding melalui pelatihan digital marketing. *Al-Mu'awanah: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(1), 1–

- 8.
- Yusri, A. Z. dan D. (2020). Pemanfaatan Digital Marketing Dalam Pengembangan Kewirausahaan Pada Siswa Sma Muhammadiyah Boarding School (MBS) Pondok Pesantren Zam-Zam Cilongok. *Jurnal Ilmu Pendidikan*, 7(2), 809–820.
- ZA, Buana, M. A. W., Rijal, A., & ... (2023). Pelatihan Digital Marketing Untuk Menyiapkan Santripreneur Profesional Di Pondok Pesantren Al Muawanah Lamongan. *BERNAS: Jurnal ...*, 4(3), 2166–2173. <https://ejournal.unma.ac.id/index.php/bernas/article/view/5461>